

Annus Szabolcs

Kattintásvadászat – a hitelesség kérdése az online hírek kapcsán

1. Bevezető

Kutatásom az online hozzáférhető hírek, információk hitelessége, illetve forrásaik megbízhatósága témájában készült. Tagadhatatlanul aktuális jelenségről van szó, s mivel magam is nap mint nap beleütközöm a problémakörbe, fontosnak éreztem ezzel foglalkozni. Mindemellett jelentős hatást gyakorolt rám Krajcsi Attila tézise, melyet egy 2001-es kerekasztal-beszélgetés során mondott el. Szerinte az internet, annak megjelenése nem szült újabb problémákat, hanem a régieket újította fel, adott nekik új platformot, ezért az a megállapítás, hogy mindaz a deviancia, ami manapság tapasztalható az „internet hibája”, téves. Kilenc ilyen tényezőt sorol fel, ezek közül az első kettő a hitelesség és a megbízhatóság¹².

A kutatás során először megpróbálkozom egy elméleti keretbe foglalni nemcsak a digitális újságírás helyzetét, de azt az utat is, melyet a sajtó megtett a Budapesti Hírlaptól egészen az online hírportálokig. Külön kitérek a kattintásvadász weboldalakra³, és ebből adódóan a hitelesség és megbízhatóság mibenlétére, végül pedig az elvégzett online önkitöltős kérdőív adatait felhasználva térképezem fel a szegedi egyetemisták körében, hogy mennyire vannak tisztában a fenti fogalmakkal, legfőképpen mennyire tudják tudatosan felkeresni, értelmezni és felhasználni a digitális információkat. Hipotézisem szerint az egyetemisták, mivel tanulmányaikhoz elengedhetetlen, hogy tájékozódjanak az információk között, keressenek és szűrjenek, megtanulták a különböző technikákat és metódusokat ahhoz, hogy tanulmányaikhoz a lehető legpontosabb és leghitelesebb információkat megtalálják.

¹ Az írott tanulmány alapja a Szent Ignác Szakkollégium ‘A számítógépes kultúra küszöbén’ című szimpóziumának ‘Miként hat az Internet és a nem személyes kommunikáció a személyiségre?’ kerekasztalán elhangzottak.

² A kilenc tényező, melyet Krajcsi felsorol: megbízhatóság, hitelesség, valóságérzék elvesztése, elidegenedés, identitás elvesztése, agresszió, patológiák és szélsőségek, a kommunikáció elembertelenedése, információs tenger, negatív utópiák.

³ Az angol *Clickbait* szó fordítása, lásd: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/clickbait> (utoljára elérhető:2018.04.9.)

Ebből kifolyólag a mindennapi információ keresésben is hasonló tudatosság jellemezi őket. Kutatásom ezt a feltételezést próbálja megerősíteni, avagy megcáfolni.

2. Elméleti háttér

Az internet penetrációját követően a *digitális bennszülöttek* (Prensky, 2001) gyorsan ráébredtek arra, hogy a világháló számtalan lehetőséget nyújt számukra az önkifejezéshez. Főleg a fiatal generációk habituálódnak⁴, egyre kisebb erőfeszítésbe kerül információt keresni és szűrni, majd pedig előállítani. Megjelenik az *információs írástudás* képessége is, vagyis az interneten található információval való bánni tudás (Rab, 2007: 184).

Ahhoz, hogy információt gyűjtsünk és használjunk, ismernünk kell azokat a különböző digitális formátumokat, melyeket a világhálón találunk, ennek hiánya ugyanis megnehezíti az értelmezést. Rab erre a *digitális írástudás* kifejezést használja, amely képesség által használni, olvasni és megérteni tudjuk a különböző digitális, illetve multimédiás tartalmakat. Ezen képesség megléte segítette a digitális sajtó elterjedését, ugyanis az internethasználók egyre bővülő tábora megszokás szerűen használta és használja a digitális teret, a sajtóorgánumok pedig lehetőséget láttak a digitális technológiában. Mivel e kettő korábban sem különült el egymástól (nyomdagép), az új ökoszisztémától azt várták, hogy tovább segíti az újságírói munkát (Tófalvy, 2017). Ugyanakkor megjelentek a disztópikus kritikák is, melyek a nyomtatott sajtót a dinoszauruszhoz hasonlították, melynek sorsa a szükségszerű kihalás⁵. A digitális írástudás képességének megléte ugyanis globális lesz és feleslegessé teszi a nyomtatott sajtóterméket.

2.1. Az újságírás rövid története⁶

A következőkben áttekintem a nyomtatott sajtó alakulását hazánkban. Sem a kutatás témája, sem pedig annak kerete nem teszi szükségessé a mélyebb, diakrón áttekintést, így csak a legszükségesebb pontokat mutatom be.

⁴ Az a folyamat, melynek során minél többször ér egy inger minket, annál kevésbé fejt ki ránk nagyobb hatást, s válik megszokottá, mindennapossá.

⁵ Peresztegi Zoltán, a Google korábbi, magyarországi vezetője. Tófalvy, 2017.

⁶ A fejezet a következő források felhasználásával készült: Kókay-Buzinkay-Murányi, 2001; Magellán PR Sajtónapló, 2005; Bodoky, 2005.

A 19. század 60-as éveitől kezdve beszélünk tömegsajtóról, azaz arról a jelenségről, mely többé-kevésbé a mai sajtóhelyzetet tükrözi. Magyarországon egyre rohamosabb iramban jelentek meg újabb és újabb napilapok, valamint műfajok, úgy, mint a vicclapok, a bulvárlapok, a hirdetések és a politikailag független hetilapok. A tömegsajtó mint elnevezés két okból lett fontos: egyrészt a hírszolgálat átfogta az egész világot, így addig nem látott rekord gyorsasággal juttatta el az információt egyik helyről a másikra, másrészt megjelentek olyan interkontinentális kiadványok és folyóiratok, melyek a nyelvi határokat átlépve több országban váltak olvashatóvá.

A 19. század végén és a 20. század elején a szerkesztők nem a hitelességhez vagy irodalmi műfajokhoz kötötték egy újság presztízsét, sokkal inkább saját elképzeléseikhez, ideológiájukhoz, illetve szerkesztői igényeikhez. Később azonban, talán épp az interkontinentális jellegből adódóan a sajtótermékek legnagyobb attrakciója a hír lett. A hír társadalmi értéket hordozott, s mint ilyen, két kíváncsiságnak kellett eleget tennie: legyen érdekes (olvasható) és igaz (üzleti értéket kielégítő). Ez utóbbi azonban a hír objektivitására törekvésével ellentmond, melyet a kritikusok sok esetben meg is jegyeznek. Megjelenik a szenzációhajhászás, aminek hatására előtérbe kerül a hírérték és háttérbe a hitelesség.

A tömegsajtó első nagy törése az első világháború után történik, okozója Trianon. Az ország veszített területéből, aminek két jelentős következménye lett. Egyrészt csökkent az olvasóközönség, mert nemcsak az ország lakónépessége csappant meg, de nagy számban nőtt a nem magyar ajkú lakosok száma is. Másrészt elismert orgánmok Kolozsvárról, Szabadkáról, Temesvárról és Aradról az országhatárokon kívül rekedtek.

1925-ben megjelent a rádió, s bár médiumként működött, a kezdeti években nem nevezhetjük az újság vetélytársának. Elsődleges céljaként a szórakoztatást és a kultúrának az ország elszigetelt szegleteibe való eljuttatását tűzte ki. Ugyanakkor, mivel nagy távolságokat hidalat viszonylag könnyen, a rádió, mint az újság is, a politika elsődleges eszközévé vált. A rádióban ugyanis kezdetektől fogva fegyvert láttak, s ez leginkább a Nyilas-korszak alatt mutatkozott meg. Mind a nyomtatott sajtóban, mind pedig a rádióban új strukturális elveket kezdtek alkalmazni, mely elv alapja a cenzúra volt.

Miközben politikai és társadalmi viszonylatban az ország átalakulásokon ment keresztül, a közéletbe bevonult egy újabb médium,

amely később nagyobb hatást gyakorol a hírközlésre és az információ továbbítására. A televízió sokáig valóban mint „csodadoboz” létezett, és egész addig, míg a vele való rendelkezés nem vált általánossá, megéléte nem kötődött további gazdasági követelményekhez, csupán kulturális igényhez. A nyomtatott sajtó nem látott benne különösebb veszélyt, jóllehet sokan már ekkor is megjósolták az újság halálát. Az első negatív hullám az esti újságok ingyenessé válása, majd pedig lassú eltűnése a piacról. A napilapok még mindig küzdöttek a média-piacon, még akkor is, mikor a televízió, majd pedig az internetes és mobilkommunikáció egyre dominánsabbá vált a kulturális élet szinte minden területén. Ezen újabb hírközlő források mellett az újság, kihasználva a fogyasztói társadalom új értékrendjét, nem indított harcot ellenük, hanem inkább integrálódott azáltal, hogy digitális úton is elérhetővé tette híreit, cikkeit, így a fogyasztó könnyebben, gyorsabban és nagyobb mennyiségben juthatott hozzá az információkhoz. Megjelenik a hírportál, amely digitális orgánumnaként, a nap 24 órájában, a hét minden napján friss híreket közöl, és nem csak a nyomtatott sajtó közvetítőjeként, de web alapú értesülések megosztójaként is működik.

2.2. A hír, a hírérték és a hitelesség

A médiatudomány értelmezése szerint egy írást akkor tekinthetünk hírnek, ha az *ellenőrzött és megbízható információt közöl*, érdeklődésre tart számot és hírértékkel rendelkezik, bővebben pedig választ ad a hír strukturális és tartalmi kíváncsalmaira, tudniillik az 5W-re⁷. A hírérték általánosságban nem globális tényező, ugyanis az olvasó értékrendjéhez kötődik⁸. Ebből kiindulva a hírértéket hat tényező befolyásolhatja: az aktualitás, a közelség, az exkluzivitás, az előzmények, a szereplők és a szórakoztató faktor (Nagy, 2013).

A hír értékéhez még inkább hozzájárul az, hogy választ ad-e az 5W-re. Ugyanakkor ebben az esetben tisztáznunk kell azt, hogy egy

⁷ 5W: when, who, what, where, how (mikor, ki, mit, hol, hogyan). Nagy, 2013: http://www.partium.eu/_data/dl/ReporterPackageHU_textbook.pdf (utolsó letöltés: 2017.12.11.)

⁸ Egy faluban történt baleset híre értéket hordoz a falu lakosai számára, akik akár személyesen is érintve lehetnek a baleset körülményeinek vonatkozásában, ugyanakkor ötven kilométerrel arrébb egy nagyváros lakóinak szinte semmilyen hírértéket nem hordoz.

cikk nem rendelkezik kevesebb hírértékkel, ha nem válaszol minden kérdésre⁹.

A hír hitelességénél már problémába ütközünk, hiszen maga a definíció, a jelenség is tisztázatlan. Nem azért, mert egy új keletű téma, amivel még nem foglalkoztak eleget. Ellenkezőleg, több tanulmány, könyv készült a témában, írja körül precízen, avagy épp nagyvonalakban, hogyan ismerhetjük fel a hiteles híreket. Amiről szó van, azt Kitta Gergely foglalta össze a 2012-es Magyar Ifjúság kutatásban Nielsen és Tofler nyomán: *„A televízión és az interneten keresztül begyűjtött komplex (képi, audio, audiovizuális és verbális) információk hatalmas (sok esetben kéretlen vagy ellenőrizetlen) mennyisége ugyanis kedvezőtlen hatást gyakorolhat a médium hitelességére. Napjainkban leginkább a televízió és az internet járulnak hozzá az információs túlterheltség és –szennyezés problémájának fokozódó jelenlétéhez.”*¹⁰

Megjegyzendő, hogy a kérdéskörrel foglalkozó irodalom a hír hitelességét egy oldal megbízhatóságának mércéje alá állítja, vagyis egy hír akkor hiteles, ha megbízható forrás osztja meg. A kérdés adja magát: mit tekintünk megbízható hírforrásnak?

Elfogadható válasz lenne az is, hogy az a hír minősül hitelesnek, melyet megbízható forrás közöl, és fordítva, az a forrás megbízható, amely hiteles híreket publikál. Így pedig megkapjuk a választ két kérdésünkre is. Azonban a helyzet nem ilyen egyszerű; a két fogalom konceptualizálásához több mércére van szükség, melyek szükségszerű együtt járása fogja a weboldalt és a megosztott híreket kvalifikálni. Dr. Nagy Teréziának egy 2013-ban megjelent online tananyaga a következő tényezőkre hívja fel a figyelmet:

- Forrásmegjelölés, hivatkozások és kapcsolódó linkek
- Az újságíró cikkeinek hosszútávú helytállósága, és maga az újságíró megítélése
- A cikkben feltüntetett elemzéseket egy hozzáértő személy végzi
- A vélemények elkülönülten jelennek meg, mértéktartásról tesznek tanúbizonyságot és nem sértik sem a cikk alanyának, sem az olvasónak a személyi jogait
- A cikk szerkezete, felépítése, terjedelme

⁹ Vannak olyan aktuális események, melyek a híradás során is folyamatban vannak és a végkifejletig nem tudhat a riporter minden kérdésre választ adni.

¹⁰ Kitta, 2012. p. 262.

- Pontosság és precizitás
- Stilisztikai és nyelvtani helytállóság stb.¹¹

A 2010-es évek után az olvasottság mérésére újabb statisztikák jelentek meg. Mértékadóvá vált a cikkekre kapott lájkok száma, illetve a hozzászólások kvalitása, ezen kívül pedig szerkezeti szinten lényeges hatást gyakorol az olvasottságra a kép kiválasztása és a *lead*¹², melyek kattintásra ösztönzik az olvasót.

2.3. *Kattintásvadászat*

A Web 2.0 megjelenésével mi magunk is képesek vagyunk tartalmat előállítani és megosztani (Balázs-Szayly-Szilágyi, 2010), ez azonban felveti annak a kérdését, hogy *„meg lehet vonni világosan a határokat újságírók és nem újságírók között”*¹³? (Tófalvy, 2017) Ennek előnye, hogy az információs kor (Dessewffy, 2004) feltörekvő írói, szerkesztői, költői (egy szóval tartalomelőállítói) könnyebben reprezentálhatják önmagukat, hátránya viszont, hogy azok, akik saját terméket nem tudnak előállítani, mások által hasznosított információt közölnek. Ez a maga nemében azért is hátrány, mert a szakmában kevésbé jártasok nem, vagy csak minimális mértékben fektetnek hangsúlyt az újságírás bizonyos szabályaira, köztük a forrásmegjelölésre, a hivatkozásokra. Ezért az információk hiteltelenségét tükrözik a nem paradigmaticus megosztások, melyek a már említett *információs tengerhez* vezetnek.

A civil tartalomelőállítók (Tófalvy, 2017: 168) első megtestesítői a bloggerek, akiknek tevékenységét Levenson a kocsmai pletyka elektronikus változatához hasonlította¹⁴. Az alaposság és a megbízhatóság bármiféle formája nélkül, ellenőrizetlenül osztanak meg tartal-

¹¹ Nagy, 2013: http://www.partium.eu/_data/dl/ReporterPackageHU_textbook.pdf [utolsó letöltés: 2017.12.11.]

¹² A lead (angolul vezetni, irányítani) a nyomtatott vagy az online sajtóban megjelent híranyag egy vagy több mondatból álló bevezetője, melynek célja, hogy felkeltse az olvasó figyelmét a cikk tartalmával kapcsolatban. A lead formailag is elkülönül a cikktől, általában más betűmérettel és/vagy betű stílusban írják.

¹³ Tófalvy, 2017: 174

¹⁴ „[...] a közösségi média tartalom-előállító és –megosztó platformjait használók (bloggerek és twitterezők) alapértelmezetten megbízhatatlan tartalmat (pletykákat) gyártanak és továbbítanak, és mindezt egy teljesen ellenőrizetlen, továbbá a józan gondolkodást eleve megnehezítő vagy ellehetetlenítő, esetleg erőszakos közegben (a blogoszférában, illetve a közösségi médiában) teszik.” Tófalvy, 2017. 166

makat. A *kátyú*¹⁵ ott van, ahol a hivatalos orgánumok online felülete és a blogok találkoznak. Ha belehajtunk a kátyúba (tehát egy ellenőrizetlen hírforrásba), maradandó károsodást szenvedhetünk, mert a hír hiteltelensége könnyen tükröződik a félreértelmezett, hiányos vagy teljesen megalapozatlan információban. Kikerülve a kátyút eljuthatunk a megbízható, lehivatkozott cikkig, de annak elérése talán hosszabb időbe telik.

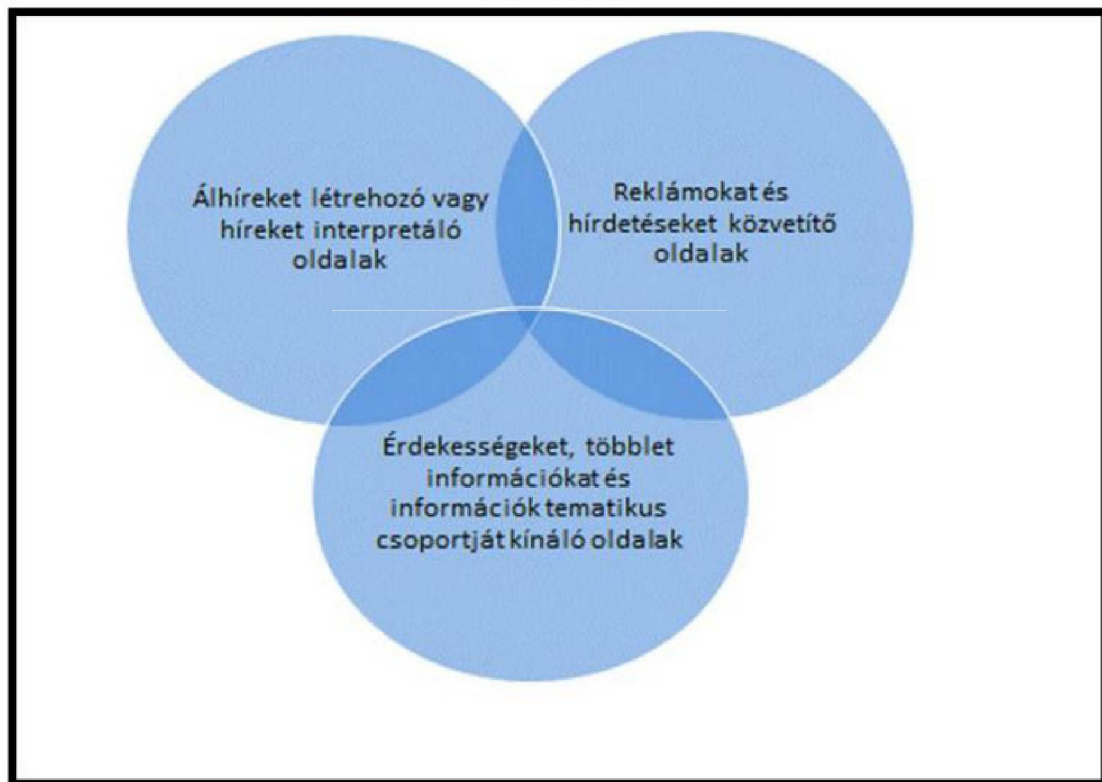
A blogokból kinőve, azokat forradalmasítva, és kihasználva a lehetőséget, hogy bárki, aki internetfelhasználással rendelkezik, alanyi jogot kap arra, hogy weboldalt hozzon létre, megjelenik a *kattintásvadász portál*, mely által egyre inkább elszaporodtak azok a kéretlen, ellenőrizetlen álhírek, melyeket nap mint nap a Facebook görgetése során látunk.

A következőkben arra teszek kísérletet, hogy ezeket a kattintásvadász oldalakat valamilyen formában rendszerezsem, s megnyilvánulásaikat, funkciójukat és céljukat a rendszerezéshez mértен csoportosítsam.

Feltételezhető, hogy azok, akik online olvasnak híreket, találkoztak kattintásvadász weboldallal. Legegyszerűbb formájában ezek olyan webhelyek, melyek információt közölnek, amely információk vagy rendszerezetten jelennek meg, vagy aktualitásokat interpretálnak külföldi vagy hazai hivatalos hírportáloktól. Ha ebből a megállapításból indulok ki, akkor a következőképpen csoportosíthatom a kattintásvadász oldalakat:

¹⁵ Saját hasonlat, mely a megbízhatatlan és hiteltelen hírforrások felhasználásának kockázatait igyekszik tükrözni.

Ábra 1- A kattintásvadász oldalak csoportosítása. Forrás: saját készítés.



Érdemes hangsúlyozni, hogy e sajátosságok nem elkülönülten, egymástól függetlenül működnek, és egy szerkesztő akár több, eltérő témájú, de hasonló struktúrájú oldalt is működtethet, így ezek a jellemzők keveredhetnek is egy szájon belül.

A tematika után vegyük szemügyre a kattintásvadász oldalak szerkezeti felépítését. Első ránézésre semmiben sem különböznek a hírportáloktól. Fejléc, címkék, tematikus elrendezés, legfrissebb cikkek, kereső modul, alul Facebook hivatkozás, egyes esetekben archívum, kapcsolat és jogi nyilatkozatok¹⁶. A cikkekre szabadon rákereshetünk, vagy áttekinthetjük a tematikus adatbázist. Ami viszont feltűnően más, mint egy megbízható(bb) hírforrás, az az, hogy nagy számban vannak jelen hirdetések az oldalon. Ez még önmagában nem meglepő, hiszen nem egy portál tartja fenn magát reklámokból. Ahhoz, hogy miért olyan fontosak a hirdetések, érdemes a portálokat egy másik irányból is megközelíteni, ugyanis olvasottságuk leginkább a megosztások általi megnyitásokkal növekszik, melynek termékeny táptalaja a

¹⁶ Számos oldal az erre való kattintáskor egy üres lapot jelenít meg.

Facebook. Amennyiben innen nyitjuk meg az oldalt, két választ is megkapunk egyszerre. Egyrészt a jelenség nevét, tudniillik a „kattintás” mennyisége fontos tényezője az oldal minőségi besorolásának, másrészt lényeges elemként megjelennek a reklámok is, melyek további kattintásvadász oldalakra invitálnak minket.

Ezen weboldalak további jellegzetessége, hogy nem elégednek meg egy kattintással. A tartalom megtekintése további feltételekhez kötött, ami lehet:

- az adott tartalom megosztása még a megtekintés előtt,
- előzetes egyszerű vagy személyes adatok általi regisztráció,
- az oldal vagy maga a cikk lájkolása,
- illetve bizonyos időtartam kivárása, mely időtartam alatt a képernyő elsötétül.¹⁷

Tartalmi szempontból a legszembetűnőbb jellemzője a kattintásvadász oldalaknak a cikk címe. Ha egy újságban vagy folyóiratban megjelent írás címének megadásakor követelmény a figyelemfelkeltés, akkor ez esetben már-már szenzációhajhászásról beszélünk. Az egyszerű tényközlést nélkülözve a címek jellegzetessége, hogy megdöbbsen, provokál, megrémít vagy akár szidalmazhat is. Sűrűn adnak olyan címet, mely egy félbehagyott mondat vagy költői kérdés, amely azt sugallja, hogy a választ a cikkből vagy a videóból tudjuk meg. Kiemelkedő szerepe van a meg- és felszólításnak. Hasonlóképpen a lead is úgy van szerkesztve, hogy a megosztott posztban a látható részletek ne áruljanak el sokat a cikk tartalmáról. Bevett sablonokként ilyeneket olvashatunk: *„Nem hiszed el mi történt, amikor...”, „Mindenki ledöbbsen, mikor látták...”, „Ettől a videótól kiráz a hideg/elolvadsz/libabőrös leszel/sokkot kapsz, stb”, stb.*

A tartalmi jellemzőkhöz visszatérve, most reagálnék a korábbi, a hitelesség és megbízhatóság jelenségénél és fontosságánál taglalt részre a kattintásvadász oldalak vonatkozásában. Tekintsünk el azoktól a kattintásvadász oldalaktól, melyek elsősorban szórakozást és kéretlen plusz információkat közölnek (csoportosított gyűjtemények¹⁸, tematikus posztok¹⁹ vagy mémek); a dolgozat szempontjából a továbbiakban

¹⁷ Utóbbi főleg akkor jelentkezik, ha korábban még nem kedvelték az oldalt vagy osztottak meg tőle tartalmat.

¹⁸ Valamilyen téma vagy jelenség köré gyűjtött képek, információk, pl.: állatok, történelmi események, hírességek, sport, stb.

¹⁹ Olyan egy oldalon meghirdetett posztok, melyek ugyanazon téma köré épülnek, pl.: előtte/utána képek.

kattintásvadász weboldalak esetében azokat a portálokat értem, melyek fenti leírásnak megfelelnek, és csak híreket közölnek, figyelmen kívül hagyva, hogy aktualitásról vagy korábbi eseményről van szó. Kétségtelen, hogy bizonyos cikkek esetében mind a hitelesség, mind pedig a hírérték megkérdőjelezhető, de nem állíthatjuk teljes bizonyossággal, hogy a kattintásvadász oldalak csak hazugságokat, koholt híreket, vagy úgynevezett *kacsákat*²⁰ közölnek. Mindemellett le kell szögeznünk azt is, hogy az efféle oldalak nyíltan vállalják azon céljukat, hogy pusztán kattintásokért és lájkokért olyan tartalmat is közzé tegyenek, melyek elferdítik a valóságot, hogy felkeltsék az olvasó figyelmét.

Találkozhatunk olyan cikkekkel, melyek első ránézésre megcáfolhatók, de olyannal is, melyek nem teljes körűen írnak le egy-egy jelenséget. Ugyanakkor, mivel nem sorolhatók semmilyen zszurnalisztikai csoportba, így komolyabb szabályszerűségeket nem is kereshetünk bennük, hisz csakúgy, mint a blogot, ezt is civil tartalomelőállító hozza létre. A kulcs az egyszerűségben rejlik, abban, hogy míg egy komoly háttérrel rendelkező cikk hosszasan és részletesen leír egy jelenséget, addig a kattintásvadász kiadás rövid, tömör és csak a lényegre fókuszál, még akkor is, ha bizonyos részletek nélkülözhetetlenek lennének a plenáris információ-átadáshoz. Az efféle oldalak pedig meg sem próbálják fedni eme funkciójukat, ami abból is látszik, hogy nem, vagy csak ritkán jelölnek meg forrást, nem egyszer szintén kattintásvadász weboldalt adnak meg, és csak hosszas keresés után találhatunk rá az eredeti cikkekre, amelyet akár hónapokkal, évekkel ezelőtt publikáltak, mégis a kattintásvadász oldalon aktuálisként van meghirdetve. A szerkesztői nem vállalják nevüket, ami sokakban gyanakvásra adhat okot.

Ezen álhíreket közlő oldalak veszélye pedig nagyobb, mint az első látásra tűnik. A genti egyetem 2016-os kutatása arra kereste a választ, mennyire befolyásolja a véleményünket és attitűdünket az álhírek olvasása, illetve mennyire képes visszafordítani a hatást az, ha az álhírről kiderül, hogy nem igaz. A kísérlet azt bizonyította, hogy az alanyok többsége a bizonyítás után is ugyanolyan, vagy megközelítőleg hasonló érvényességet tulajdonítottak a hamis hírnek, mint a valósnak. Az attitűdöt a kutatók mentális és pszichikai faktorokhoz kö-

²⁰ Álhírek.

tötték, a legnagyobb előfordulást az idősebb korosztály esetében találták.²¹

Felmerülhet a kérdés, hogy miért nem tudják a megfelelő hatóságok ellenőrizni és büntetni a kattintásvadász oldalak adminisztrátorait, illetve beszüntetni az álhíreket gyártó oldalakat? Az alhirvadasz.hu oldal erről a következőket írja: „A legtöbb magyar nyelvű híroldal címének végződése .hu. Ez azt jelenti, hogy az oldal Magyarországon van bejegyezve, és a magyar hatóságok eljárhatnak vele szemben, ha jogsértést követnek el. Amennyiben .info, .net, .org, .in vagy valami hasonló az oldal végződése, úgy az üzemeltető általában nem Magyarországon jegyezte be az oldalt és jogsértés, mondjuk álhírközlés esetén a magyar hatóságok sokkal nehezebben, vagy egyáltalán nem tudják őket felelősségre vonni.”²²

2.4. Új korszak, új fegyver

Napjainkban az interneten történő hírközlésnek és információ keresésnek komoly kockázatai vannak a tapasztalatlan olvasó számára. A „fake news”²³ korát éljük, és azt, hogy a felhasználóhoz milyen minőségű, tartalmú információk jutnak, befolyásolja nemcsak a média csatorna és a politika, hanem maga a felhasználó is, tudatosan vagy akár tudtán kívül. Az amerikai elnökválasztás, annak folyamánya²⁴, a Facebook algoritmusai, a különböző áltudományok hívői is egyre nagyobb teret nyernek a világhálón, amelyek kimondatlanul ugyan, de nyilvánvalóan a felhasználók elgépiesedéséhez, elbutításához vezetnek.

²¹ De keersmaecker, 2017. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160289617301617#> (utolsó letöltés: 2018.03.03.)

²² Forrás: Hogyan ismerjük fel az álhíreket? <http://alhirvadasz.hu>, (utolsó letöltés: 2018.03.14)

²³ Forrás: <https://atlatszo.hu/2018/02/09/trump-es-a-brexite-dobkentette-ra-a-vilagot-hogy-az-alhireket-fegyverkent-is-lehet-hasznalni-interju-rebecca-mckinnonnal/> [utolsó letöltés: 2018.03.24.]

²⁴ A 2016-os amerikai elnökválasztás előtt rengeteg álhír keringett az interneten, melyek nagy része azt igyekezett elősegíteni, hogy Donald J. Trump kerüljön az elnöki székbe. A választások után a fake news gyártók ennek helyességét vagy éppen helytelenségét igyekeztek koholt cikkeikkel alátámasztani. Bővebben: <https://444.hu/2016/11/10/a-facebook-meg-akarta-allitani-trumpot-de-aztan-kifizetodobb-volt-segiteni-neki> (utolsó letöltés: 2018.04.09.)

A fent bemutatott sajátosságok inkább azokra a weboldalakra jellemzők, melyek a maguk egyszerűségében még ártalmatlanok. Sylvester Stallone halálának híre, vagy a gyógyszer, melyet betiltottak, mert naponta másfél kilót lehet vele fogyni, ezek még a maguk nemében nem ártanak senkinek (tekintsünk el az olyan szélsőségektől, mint a hyperérzékeny és hipochonder olvasók). Ugyanakkor az álhírek globális terjedése és manipulatív jellege egyre nagyobb tömegeket ér el és befolyásolja őket hétköznapijaikban. Ez pedig a legélesebben a politikai propagandában jelenik meg, a különböző nemzetek vezetői, és nem mellékesen az ellenzék használja fegyverként, hogy elleneit válogatott álhírekkel, információk tudatos eltorzításával támadja, és keltessen közellenszenvet. Amerikában a 2016-os elnökválasztás során, és azóta számtalan példáját láthattuk, olvastuk, de a hazai 2018-as választások előtt is találkozhattunk szinte minden második Facebook posztban hasonlókkal²⁵.

Az álhírek létrehozása, azok terjesztése etikai vétség. A Magyar Újságírók Országos Szövetsége (MÚOSZ) etikai kódexének 4.1. bekezdése a következőket írja: *„Az újságíró és szerkesztő írásban, online alkotásban, műsorban szándékosan vagy gondatlanságból valótlanságot nem állíthat, köteles a tényeket és adatokat az adott helyzetben elvárható gondossággal ellenőrizni.”* Ugyanakkor a kódex a későbbiekben kitér arra is, hogy az újságíró sem saját neve, sem írói neve, sem semmiféle úgynevezett *nickname* által nem közölhet hamis vagy félrevezető információt²⁶. Ebből következik az a kiskapu, melyet a kattintásvadász oldalak ki is használnak, hogy nem csupán külföldön jegyzik be a weboldalt, de álnevet, becenevet használnak, ami felkutatásukat és akár jogi úton való felelősségre vonásukat még inkább megnehezíti.

Egy 2018-as felmérés²⁷ szerint Magyarország, még néhány dél-európai nemzettel egyetemben sokkal befogadóbb az álhírekkel kapcsolatban, melynek oka egyrészt az, hogy az alacsonyabb iskolai végzettség és politikai megosztottság miatt a hírolvasók már nem megítélés vagy mérlegelés alapján ítélik meg egy hír hitelességét, hanem érzelmeik és a

²⁵ A Tények.hu osztott meg egy videót, melyben azt láthattuk, hogy migránsok randalíroznak az utcán. A szalagcím a következő: Németország Napjainkban. A videó valójában Spanyolországban készült 2017 nyarán, a felvételen helyiek láthatóak. A videót az orgánium törölte.

²⁶ Lásd bővebben: MÚOSZ Etikai Kódex. <https://muosz.hu/kodexek/ujsgairoi-etikai-kodex/> (Utolsó letöltés: 2018.04.09.)

²⁷ Lessenski, 2018.

média által irányított hitviláguk szerint. Ezt az új szakirodalom *post-truth*-nak nevezi.

A kitekintés után le kell szögezmem, hogy ugyan a fent elmondottak szorosan kapcsolódnak a témához és a kutatás tárgyához, az elemzés során csupán a kattintásvadász oldalak ismeretére, beazonosítására fókuszálok. Ugyanakkor fontosnak tartom felhívni a figyelmet a jelenség komplex és egy bizonyos szempontból veszélyes mivoltára.

3. Kutatás

A kutatást a szegedi egyetemisták körében végeztem, online önkitöltős kérdőív felhasználásával, melyet különböző online közösségi platformokon és csoportokon osztottam meg. A kérdőív 2017 november közepétől három héten keresztül volt aktív, mely intervallum alatt összesen 102 teljesen kitöltött kérdőív gyűlt össze. 66 nő és 36 férfi válaszolt a kérdésekre (*Melléklet, Táblázat 1.*). Többségben (40%) bölcsészhallgatók segítettek a kutatást, több mint ötöde volt a természettudományi és informatikai karról, csaknem 16% pedig a pedagógusképző karról. A közgazdasági, a tanárképző és az egészségügyi és szociális karról is érkeztek kitöltések. (*Melléklet, Táblázat 2*) A kérdéssorra közel 70% alapképzésű, 25% mesterszakos, és 5% doktori képzésben tanuló hallgató válaszolt²⁸ (*Melléklet, Táblázat 3*).

3.1. Hírolvasási szokások

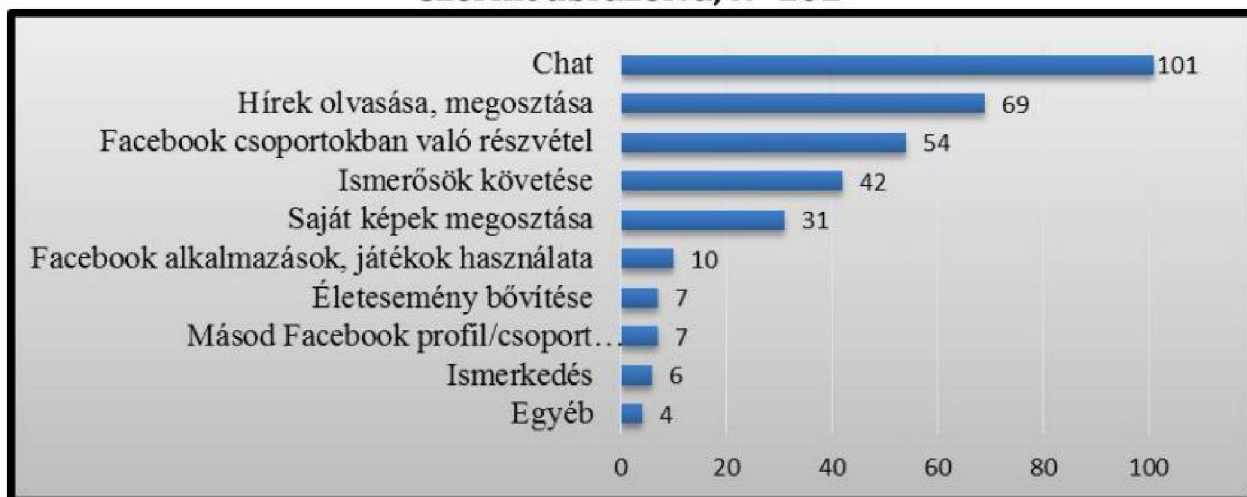
Elsőként az egyetemi hallgatók hírolvasási szokásait térképeztem fel. Ha nem közvetlenül a hírt megosztó oldalt keresik fel, a felhasználók leggyorsabban a Facebook segítségével értesülnek a legfrissebb hírekről. A közösségi portálon legsűrűbben folytatható tevékenységek között a hírolvasást csak a beszélgetés (chat) előzte meg (*Ábra 2.*), a válaszolók több mint 70%-a állította, hogy legalább naponta egyszer olvas híreket. Ezek az adatok reflektálnak arra a Pew Research által közzétett felmérés eredményeire, amely két évvel ezelőtt készült²⁹, és láthatóan még ma is érvényes a felhasználókra nézve. A kutatás szerint a felhasználók több mint háromnegyede nem pusztán a Facebookot görgetve informálódik, hanem magát a közösségi portált tartja megbízható hírforrásnak. Ezzel összhangban van a filterbuborék-

²⁸ A kutatás nem reprezentatív a szegedi egyetemisták populációjára.

²⁹ Gottfried-Shearer, 2016. <http://www.journalism.org/2016/05/26/news-use-across-social-media-platforms-2016/> (utolsó letöltés: 2018.03.31.)

elméletet is³⁰, amely nem egy felhasználó esetében bevált módszer a hírek szűrésére. Ez egy afféle algoritmus, amely során a buborék a profil alá gyűjti a felhasználó által kedvelt, véleményével, attitűdjével megegyező vagy közel azonos híreket, posztokat, és kizárja az ezzel ellentéteseket. Ezt a pszichológia megerősítési torzításnak nevezi³¹.

Ábra 2 - Facebook tevékenységek megoszlása mintaelemszám szerint ábrázolva, N=102



Ezután a válaszadó megadhatta, melyek azok az oldalak, ahonnan informálódni szokott a mindennapjaiban. A kitöltés során a kérdezett nyitott kérdést kapott, bármiféle besorolás nélkül ő adhatott meg maximum három hírportált. A legtöbben ugyanazokat a hírportálokat nevezték meg, ugyanakkor egy kattintásvadász portál is feltűnt a listán: a budapest1873.net-t. Mindhárom válaszmegjelölésnél nagy arányban jelentkezett az index.hu, a hvg.hu, a 444.hu és az Origo, valamivel kisebb gyakorisággal a hir24.hu, a bbc.com, a delmagyar.hu és a 24.hu (Ábra 3.).

³⁰ Forrás: https://index.hu/tech/2016/06/01/a_facebook_elhulyiti_az_emberiseget/ (utolsó letöltés: 2018.03.24)

³¹ Bővebben: https://hu.wikipedia.org/wiki/Meger%C5%91s%C3%ADt%C3%A9si_torz%C3%ADt%C3%A1s (utolsó letöltés: 2018.03.24)

Ábra 3 - Hírolvasás gyakorisága, N=102³²



A nemek között nincs összefüggés az online hírolvasási szokásokban, 36 nő (55%), míg 22 férfi (61%) állította, hogy naponta többször is olvas híreket. A T-próba nem állapított meg szignifikáns különbséget az átlagok között, tehát nincs számottevő különbség a férfiak és a nők hírolvasási szokásaiban³³.

Mint korábban már rámutattam, a különböző hírportálok ma nagy jelentőséget tulajdonítanak a lájkok és megosztások számának, hiszen ezek potenciális statisztikái az orgánus olvasottságának. Ugyanezt tapasztalhatjuk felhasználói oldalon is, az egyén online közösségi életében a lájk értelmezhető mint a sikeresség, az elfogadottság, a népszerűség és a közösségi presztízs egyfajta mércéje. Egyszerűen fogalmazva, minél több lájkja van egy egyénnek vagy csoportnak, annál többen követik, elfogadják, illetve kedvelik. Ezért is (és a kattintásvadászok kiszűréséért) kérdeztem rá a hírmegosztási szokásokra. Ugyanakkor az is látható, hogy a kérdezettek háromnegyede

³² A három válaszlehetőségre kapott válaszokat összesítve jelenítettem meg, a legtöbbször említettek kerültek az ábrára.

³³ A tesztek eredménye ellenére látható nagyobb százalékos különbség oka a kis mintaelemszám. Chi-négyzet szignifikancia szintje $p=0.899$, Levene teszt szignifikancia szintje $p=0.089$.

soha nem osztja meg az olvasott híreket, s egynegyede is csak néha (Táblázat 1).

	<i>Gyakoriság</i>	<i>%</i>
<i>Igen, gyakran</i>	<i>1</i>	<i>1</i>
<i>Igen, néha</i>	<i>25</i>	<i>24</i>
<i>Soha</i>	<i>76</i>	<i>75</i>
<i>Összes</i>	<i>102</i>	<i>100</i>

Táblázat 1 - "Meg szokta-e osztani azokat a híreket, melyeket egy-egy hírportálon olvas?"

Mint az a fenti táblázatból leolvasható, összesen 26 válaszadó mondta, hogy akár gyakran, akár időközönként, de megosztja az olvasott híreket. A megosztás függvénye pedig a cikk érdekessége mint szubjektívan megítélt tényező, a kitöltők ezt választották indokként a legnagyobb arányban, ami azt jelzi, hogy a felhasználók előnyben részesítik azokat a cikkeket, melyek humorosak, valamilyen jelenségre hívják fel a figyelmet, esetleg egy izgalmas hírre, eseményre reflektálnak (Táblázat 2).

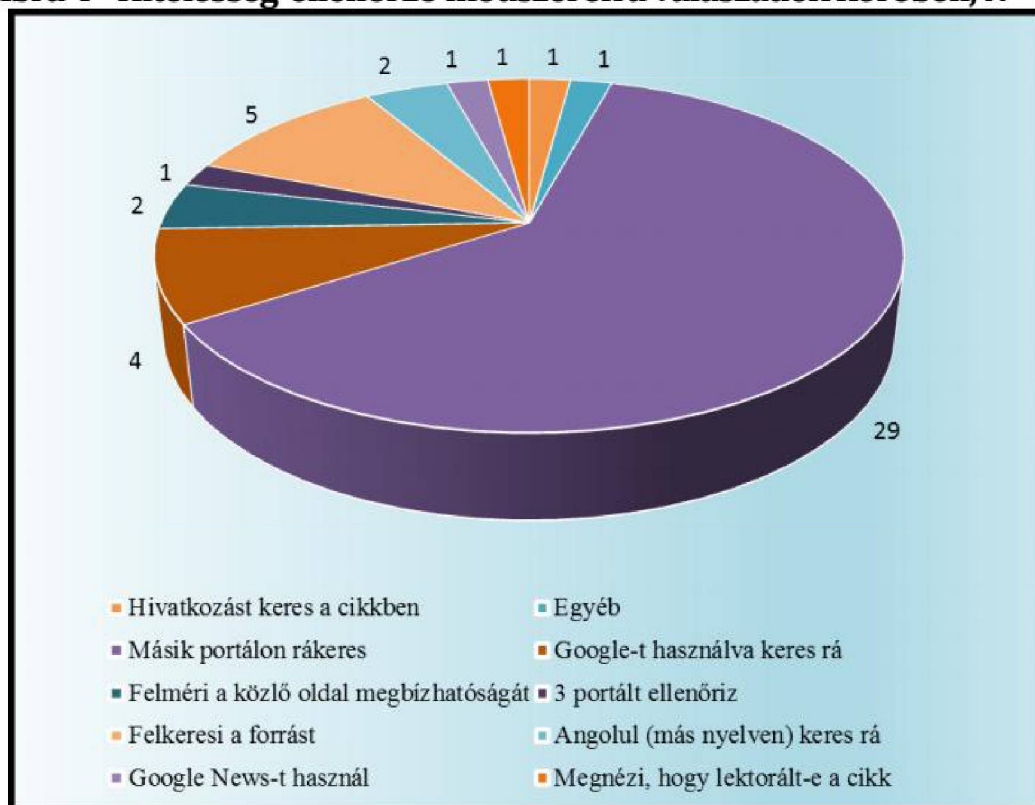
	Gyakoriság	%
Hasznosság	8	7.8
Érdekesség	17	16.7
Aktualitás	9	8.8

Táblázat 2 - A hír érdekessége, mint megosztást befolyásoló tényező

A kattintásvadász weboldalak kiszűréséhez elengedhetetlen, hogy az olvasó tájékozódni tudjon az egyre növekvő információs tengerben, és felismerje, mely forrás kínál megbízható, hiteles információkat. Ezért fontosnak tartottam felmérni, hogy a kérdezettek mennyire vannak tisztában a hitelesség fogalmával, valamint miképpen tudják egy értesülésről eldönteni, hogy hiteles-e vagy sem. Ugyanakkor a kutatás és elemzés során is igyekeztem szem előtt tartani, hogy egyikünk sem születik médiatudósnak, és az egyszerű olvasónak nem feladata ismerni a különböző módszertani kulcsfogalmakat és tényezőket, melyek az információk közti eligazodást segítik. Ezen hipotézisből kiindulva ennél a makrostrukturális bloknál is többségében nyitott kérdésekkel próbáltam a kérdezettre bízni a problémamegoldást, illetve annak egyéni megfogalmazását.

Amiként a 4-es számú ábrán láthatjuk, a kérdezettek fele szokta ellenőrizni az olvasott hírek hitelességét. A metódus megadásakor a túlnyomó többség azt írta, hogy más hírportálon böngészi a témát, felkeresi a forrást vagy Google keresőt használva kutatja fel az olvasottakat. Felmerülhet a kérdés, hogy a „Más hírportál” mennyiben lehet megbízható. A korábbi, 3. sz. ábra mutatja, hogy válaszadók döntően már régóta a világhálón szereplő, presztízs értékű hírportálokat követnek, így az olvasottak ellenőrzése is valószínűsíthetően ezeken a hírportálokon történik. A 4. sz. ábráról megállapítható, hogy a válaszadók tisztában vannak a különböző hitelesség-ellenőrző módszerekkel.

Ábra 4 - Hitelesség-ellenőrző módszerek a válaszadók körében, N=47



A válaszadók többsége a forrásmegjelölést választotta mint a hitelesség lefontosabb tényezője, ugyanakkor szintén lényeges elemként jelölték a hivatkozásokat, és magát a portált, amely az adott cikket közölte (Ábra 5). Noha a lájkok korát éljük, és mind egy felhasználónak, mind pedig egy hírportálnak fontos statisztikai eszközévé vált a „hüvelykujj” az olvasottság méréséhez, itt mégis a legkisebb jelentőséggel bíró tényező volt a cikkekre érkezett lájkok száma.

Ábra 5 - Hitelesség mérő tényezők eloszlása elemszám szerint, N=102



Ezt a statisztikát egy korábbi kérdés is alátámasztja. Az oldalak megbízhatóságát illetően a kérdezettek csaknem negyede teljes mértékig egyetértett abban, hogy egy hír akkor minősíthető hitelesnek, ha megbízható oldal osztja meg őket. Amikor név szerint kérdeztem rá ezen megbízható oldalakra, a legnagyobb arányban a már korábban is hivatkozott hvg.hu-t, index.hu-t, és 444.hu-t nevezték meg. Annak ellenére, hogy a forrásmegjelölés volt a legfontosabb mérvadója egy hír hitelességének, látható, hogy a portál mint orgánium is nagy hatással van arra, hogy a cikket hitelesként könyvelik-e el vagy sem. A legsűrűbben emlegetett oldalak mind az évek során afféle presztízst építettek ki maguknak, és eleget tesznek a korábban említett újságírói szabályoknak és kötelezettségeknek, betartva a hírek műfaji kritériumait, ezért lehetséges az, hogy ezeket sokkal gyakrabban említették a kitöltők.

A válaszadók többsége ismeri a kattintásvadász weboldal kifejezést (*Melléklet, Táblázat 4*), és legtöbbjük úgy ítélte, hogy ezek az oldalak cseppet sem megbízhatóak. A kattintásvadászatot ismerők több mint fele szokott olvasni ilyen jellegű cikkeket, s a téma a döntő faktor abban, hogy rákattintanak-e a linkre vagy sem (*Melléklet, Táblázat 5*). További tényezőként említették még a humort és a véletlen kattintást. Előbbi mutatkozik meg leginkább a

hétköznapiakban, hiszen egy tréfás történettel, anekdotával lehet legkönnyebben kattintásra sarkallni a felhasználót.

3.2. Tudatosság és óvatosság

Továbbiakban az elemzést négy pillér köré építem. Ezek: *a hírolvasás gyakorisága, a hitelesség felmérése, a megosztások és a kattintásvadász oldalak felismerése.*

3.2.1. Tapasztalt hírolvasók

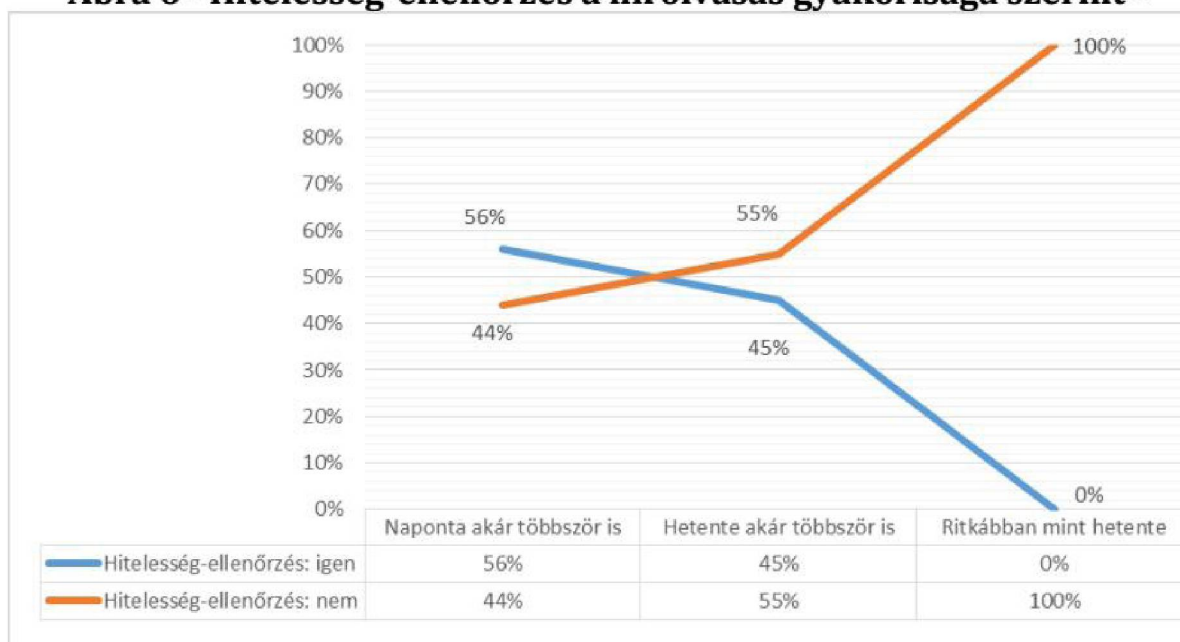
Az elemzés során először választ kerestem arra a kérdésre, hogy a hitelesség felmérését és a kattintásvadász oldalak besorolását befolyásolja-e az online hírolvasás gyakorisága³⁴, azaz hogy a kattintásvadász oldalak felismerése és elkerülése szignifikánsan összefügg az online hírolvasás gyakoriságával.

A hírolvasás gyakoriságát összehasonlítva a hitelesség ellenőrzésével a kinyíló olló jelenségét tapasztalhatjuk. A hírolvasás gyakorisága ugyanis összefüggést mutat a hitelesség felmérésével, minél ritkábban olvasnak a kérdezettek online hírportálokat, annál kevésbé hajlamosak felmérni azok hitelességét (*Ábra 6*)³⁵. A korreláció vizsgálat eredményével összehasonlítva ($r=0.214$, $p=0.031$) gyenge, pozitív irányú kapcsolatot állapíthatunk meg (*Melléklet, Táblázat 6*).

³⁴ A statisztikákat $\alpha=0,05$ döntési szint mellett elemeztem.

³⁵ A Chi-négyzet próba szignifikancia szintje $p=0.075$. (*Melléklet, Táblázat 7*).

Ábra 6 - Hitelesség-ellenőrzés a hírolvasás gyakorisága szerint³⁶



A hitelesség felmérése betudható egy kognitív folyamatnak, mely során az ismert és elfogadott módszerekkel kiszűrjük az értesülések közül azt, amely a már említett kritériumoknak megfelel. Az információs tenger azonban egy idő után képes lustává tenni a felhasználót, minek hatására az egyén a mélyebb kutatás helyett az elsőként autentikusnak elfogadott hírt fogja hitelesként elkönyvelni bármilyen ellenőrző mechanizmus nélkül. Ugyanakkor az is megfigyelhető, hogy a hitelesség megítélésében az egyén nagyban befolyásolható környezete által, így például, amennyiben egy barát, rokon vagy közeli ismerős fejt ki számára egy hír helytállóságát vagy annak hiányát, előbb fogja osztani annak véleményét.

Kíváncsi voltam arra is, hogy előfordult-e már a válaszadókkal, hogy felhívták figyelmüket az általuk megosztott hír hiteltelenségére, és fordítva, ők felhívták-e egy ismerősük, barátjuk, rokonok figyelmét, hogy az általuk megosztott hír nem hiteles? A kérdés önmagában azért is aktuális, mert a Facebook nemrégiben egy új funkciót léptetett érvénybe, melynek segítségével könnyebben tudjuk jelezni az álhírgyártó híreket a felhasználóknak és az adminisztrátoroknak. Az adatok ugyanakkor azt mutatják, hogy nincs összefüggés a válaszok között, a válaszolók nem kaptak felszólítást ismerőseiktől a megosztott, esetle-

³⁶ Melléklet, Táblázat 8.

gesen hiteltelen hírekre vonatkozóan (Táblázat 3)³⁷, melynek oka lehet, hogy kevesen osztják meg az olvasott híreket.

		Előfordult-e, hogy felhívták a figyelmét arra, hogy egy Ön által megosztott hír nem hiteles?		Összes
		igen	nem	
Hírolvasás gyakoriság	Naponta akár többször is	4	17	21
		19%	81%	100%
	Legalább hetente	2	1	3
		67%	33%	100%
Összes		6	18	24
		25%	75%	100%

Táblázat 3 - Hiteltelen cikk megosztása a hírolvasás gyakoriságának függvényében

A kattintásvadász oldalak besorolására a hírolvasás gyakorisága nincs hatással, de a gyakrabban olvasók nagyobb százalékban ismerik fel ezeket az oldalakat. Mindazonáltal *eddig azt láttuk, hogy a rendszerebben olvasók tudatosabban szűrnék az információk között, ők jellemzően tisztában vannak a hitelesség ellenőrzésének fontosságával és nagy arányban megtekintik az olvasott hír háttéradatait (forrás, a hivatkozások, a szerző - Táblázat 4)*³⁸.

	Ha elolvassa egy hírportál hí-rét/cikkét, meg szokta-e tekinteni annak háttéradatait?		Összes
	Igen	Nem	
Naponta akár többször is	49	26	75

³⁷ p=0,075.

³⁸ p=0,822.

		65%	35%	100%
Hírolvasás Gyakorisága	Hetente akár többször is	13	7	20
		65%	35%	100%
	Ritkábban, mint hetente	2	2	4
		50%	50%	100%
Összes		64	35	99
		65%	35%	100%

Táblázat 4 - A hír háttéradatainak megtekintése a hírolvasás gyakoriságának viszonylatában

A hírolvasás gyakorisága, nem szignifikánsan ugyan, de láthatóan befolyásolja a hír hitelességének ellenőrzésére vonatkozó gyakorlatot. Akik ritkán olvasnak híreket, azok egyáltalán nem foglalkoznak a hitelesség kérdésével, szemben azokkal, akik gyakori hírolvasók. Akik naponta akár többször is tájékozódnak a világban történt eseményekről, ők a legaktívabb hitelesség vizsgálók (65,3%), melynek oka lehet a gyakori kereső modul használata, a tapasztalt vagy elsajátított keresési technikák rendszeres alkalmazása, s az, hogy ezek a személyek többször találkozhattak az álhírportálokkal, így megtanultak szűrni közöttük.

3.2.2. Kattintásvadászok

*A kattintásvadász oldalak már említett sajátossága, hogy tartalmukat **szimbolikus ellenszolgáltatásért** kínálják, amely lehet regisztráció, személyes adatok megadása, az oldal kedvelése, a tartalom előzetes lájkolása vagy megosztása, illetve, amennyiben ezeket a felhasználó nem teljesíti, egy időintervallum kivárása, mely alatt a képernyő elsötétül vagy a videó blokkolva van*³⁹. Az ilyen portálok ismerőit bizonyosan találkoztak ezek közül valamelyikkel, az viszont relevánsabb kérdés, hogy ezeket megtették-e? A kérdezettek 64-a találkozott már ilyen oldallal (*Melléklet, Táblázat 9*), de kevesen tettek eleget ezen ellenszolgáltatásoknak azért, hogy a portál tartalmát megtekinthessék Legtöbben az oldal kedvelését tartották a „legolcsóbb” ellenszolgáltatásnak (*Ábra 7*).

³⁹ Forrás: saját definíció. Hozzá kell tenni, hogy a ma ismeretes kattintásvadász oldalak nagyrészt a lájkokra és a megosztásokra koncentrálnak, így kevés olyan portál maradt, mely személyes adatokat vagy regisztrációt kérne tartalma megtekintéséért.

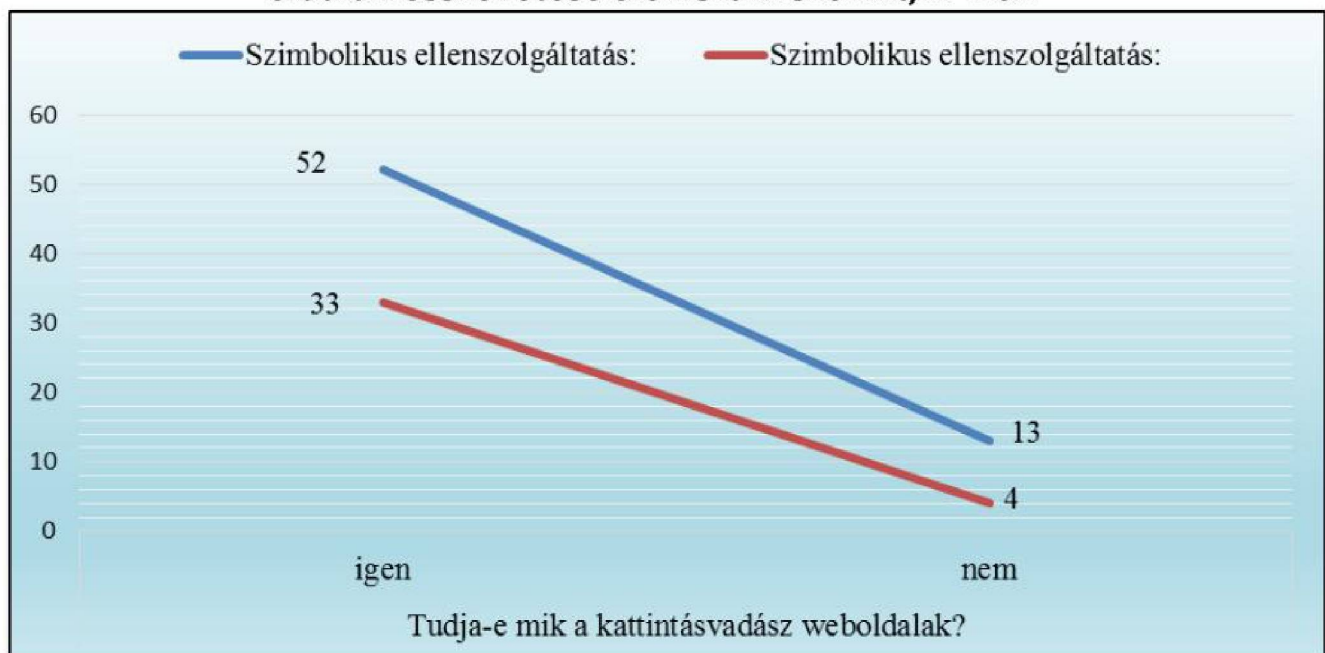
Ábra 7 - Szimbolikus ellenszolgáltatások eloszlása, N=14



Ezen szimbolikus ellenszolgáltatások alapértelmezetten a kattintásvadász weboldal részei, tehát aki találkozott ilyen cikkekkel, az kattintásvadász oldallal is találkozott. Természetesen ez nem jelenti azt, hogy a felhasználó tudja is, mit értünk ezen fogalom alatt, jellemzően azt láthatjuk, hogy a kérdezettek tisztában vannak a két jelenség együtt járásával⁴⁰. (Ábra 8.).

⁴⁰ Négyen állították, hogy nem tudják, mit jelent a kattintásvadász weboldal, és nem is találkoztak a szimbolikus ellenszolgáltatás jelenségével.

Ábra 8 - A szimbolikus ellenszolgáltatások és kattintásvadász oldalak összevetése elemszám szerint, N=102



Azok, akik tudják, mik a kattintásvadász weboldalak, és találkoztak és felismerték az oldalak ellenszolgáltatásait, és olvastak cikkeket *clickbait* portálokon. Mindkét nem tagjai jellemzően olvastak már ilyen bejegyzéseket, nincs szignifikáns különbség az átlagok között (*Melléklet, Táblázat 10*)⁴¹.

A kattintásvadász oldalak ismerői esetében sincs szignifikáns különbség a hírek megosztása kapcsán. Ezen kitöltők közül mindössze öten állították, hogy előfordult már, hogy nem ellenőrizték a hír hitelességét megosztás előtt (*Melléklet, Táblázat 11*). Ugyanakkor csaknem szignifikáns különbség van a *clickbait* oldalak ismerői és azok között, akik már figyelmeztették barátaikat arra, hogy az általuk megosztott hír nem hiteles⁴². Következésképpen kattintásvadász oldalak ismerete nem feltétele az álhírportálok felismerésének. Azoknak, akik ismerik az álhírportálokat, több mint fele jelezte a megosztott hír hiteltelenségét a barátai felé, ami nem csak tudatosságra, de az akkurátus információ átadás-csere felelősség vállalására is utal (*Táblázat 5*).

⁴¹ Pearson Chi-négyzet próba $p=0,363$, Levene Test $p=0,064$.

⁴² $p=0,01$.

		Előfordult-e, hogy felhívta egy ismerőse, barátja, rokona figyelmét arra, hogy az általa megosztott hír nem hiteles?		Összes
		igen	nem	
Tudja-e mik a kattintásvadász weboldalak?	igen	44	41	85
		52%	48%	100%
	nem	3	14	17
		18%	82%	100%
Összes		47	55	102
		46%	54%	100%

Táblázat 5 - A hiteltelenségre való figyelmeztetés hajlandósága attól függően, hogy a kérdezett ismeri-e a kattintásvadász weboldalakat

A kitöltők fele találkozott már kattintásvadász oldalakkal. Egyharmaduk tisztában van a fogalommal, de még nem találkozott olyan portálokkal, melyek szimbolikus ellenszolgáltatást kértek tartalmuk megtekintéséért⁴³.

Az eddig elmondottakból megállapítható, hogy a tudatos hírolvasók ismerik a kattintásvadász weboldalakat, tisztában vannak azok megbízhatatlanságával, és tapasztalatuk hozzásegítette őket a további, kritikusabb hírolvasáshoz.

3.2.3. Egyetemi környezet

Kiindulva abból a hipotézisből, hogy a környezet, melyben az egyén él, valamint a státusz hatással lehet világlátásunkra, tetteinkre és attitűdünkre, a fentebb elemzett változókat összevetettem a válaszolók aktuális tanulmányi státuszával. Ezt azért is tartom lényeges tényezőnek, mert a felsőoktatásban töltött idő feltételezésem szerint jelentősen javítja az egyén kognitív képességeit, és tapasztalatai útján könnyebben szűrhet a kínált információk között.

Azt látjuk, hogy a mesterszakos és doktori képzésű kitöltők nagyobb hányada olvas híreket a Facebookon, illetve ellenőrzik azok hitelessé-

⁴³ A mintában összesen négyen válaszoltak nemmel mindkét kérdésre.

gét, mint az alapszakosok (*Melléklet, Táblázat 12, 13*). A megosztási szokások évfolyam bontásban sem változtak. A hír hitelességének és az oldal megbízhatóságának összeilleszthetőségét a mesterszakosok magasabbra osztályozták (*Táblázat 6*), ugyanakkor a portál mint a hitelesség egyik mérvadója az alapképzéses válaszadók körében fontosabb kritérium volt, mint a másik csoport esetében.

		Egyetért-e Ön azzal az állítással, hogy egy hír hitelessége azon múlik, hogy az oldal, amely megosztotta, megbízható-e?					Összes
		1	2	3	4	5	
Hányad éves?	1-3/alapképzés	4	1	16	34	16	71
		6%	1%	22%	48%	23%	100%
	4-5/mesterképzés	0	4	1	14	7	26
		0%	15%	4%	54%	27%	100%
	Doktori képzés/phd	0	0	0	4	1	5
		0%	0%	0%	80%	20%	100%
Összes		4	5	17	52	24	102
		4%	5%	17%	51%	23%	100%

Táblázat 6 - A hír hitelessége és az oldal megbízhatósága együttjárásnak megítélése évfolyam szerinti bontásban

A mesterszakosok nagyobb arányban nézik meg egy-egy cikk háttéradatait, legjelentősebb sajátosságként a legtöbben a forrást, a hivatkozásokat és a szerző nevét emelték ki. Ugyanekkor az alapszakosok a forrás és hivatkozások mellett a portálra és a szöveg felépítésére, megfogalmazására hivatkoztak (*Melléklet, Ábra 1.*)⁴⁴.

Mindhárom csoport döntő többségben ismeri a kattintásvadász oldalakat (*Táblázat 9*)⁴⁵. A BA csoport több mint kétharmada, az MA csoport több mint fele olvasott már olyan cikkeket, melyek *clickbait* oldalon jelentek meg (*Táblázat 7*), s valamennyien a témát jelölték meg

⁴⁴ Az alacsony elemszám miatt az ábra nem tartalmazza a doktori képzésben résztvevőket, de ők is hasonló válaszokat adtak.

⁴⁵ A korábban már említett két személy közül akik azt vallották, hogy ezek az oldalak megbízható forrásnak minősülnek, egyik alap, míg a másik mesterszakos hallgató.

mint domináns tényezőt abban, hogy a cikkekre kattintanak-e vagy sem (Melléklet, Táblázat 14).

		Olvasott-e már olyan cikket, melyek kattintásvadász weboldalon jelentek meg?		Összes
		igen	nem	
Hányad éves?	1-3/alapképzés	36	18	54
		67%	33%	100%
	4-5/mesterképzés	14	10	24
		58%	42%	100%
	Doktori képzés/phd	2	3	5
		40%	60%	100%
Összes	52	31	83	
	63%	37%	100%	

Táblázat 7 - Kattintásvadász oldalak látogatása évfolyam szerint

A kar tekintetében nincsenek kiugró eltérések a válaszokat tekintve⁴⁶. A hírek követése esetében a válaszok többé-kevésbé megegyeznek, tehát a kar nincs hatással arra, ki milyen módon szerez tudomást az aktuális hírekről. A hírolvasás gyakoriságára is ugyanez vonatkozik, a mintában szereplő karok hallgatói nagy arányban naponta akár többször is olvasnak híreket (Táblázat 8)⁴⁷. Az ÁJK hat hallgatója emelkedik ki a hírolvasás gyakoriságát tekintve. Az alacsony elemszám miatt nem vonhatunk le messzemenő következtetéseket, hogy a jogászok miért lehetnek ilyen aktív hírolvasók, de mint élő tudomány, szükségük lehet a friss politikai és jogi események, információk ismeretére, elemzésére.

	Hírolvasás gyakorisága			Összes
	Naponta akár többször is	Hetente akár többször is	Ritkábban, mint hetente	
ÁJTK	6	0	0	6
	100%	0%	0%	100%

⁴⁶ Az alacsony elemszám miatt a GTK (n=3), az ÁOK (n=1), az ETSZK (n=3), MK (n=1) és a tanárképző kar (n=2) hallgatóit kihagytam az elemzésből

⁴⁷ p=0.359.

Kar	BTK	31	6	3	40
		78%	15%	7%	100%
	JGYPK	11	3	1	15
		73%	20%	7%	100%
	TTIK	13	8	0	21
		62%	38%	0%	100%
Összes		67	18	4	89
		75%	20%	5%	100%

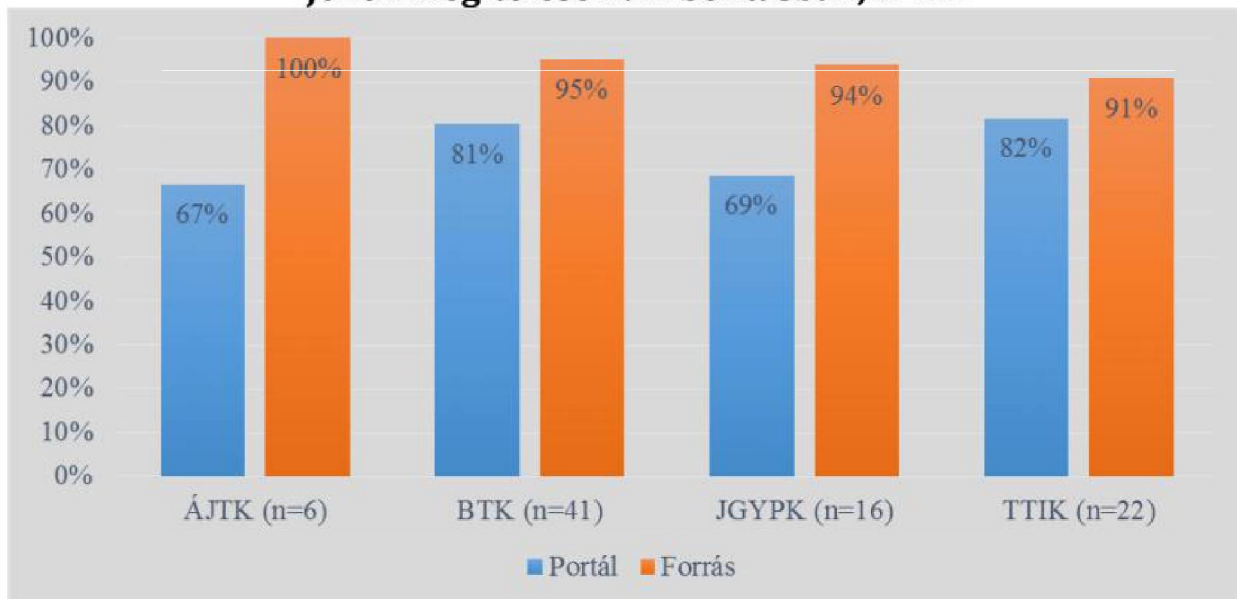
Táblázat 8 - A hírolvasás gyakorisága kari eloszlás szerint

Az olvasott hírek megosztása kari eloszlásban sem mutatott különösebb relevanciát, egy-két válaszadótól eltekintve a hallgatók nem osztják meg a híreket, ebből kifolyólag nem gyakori az sem, hogy felhívták volna a figyelmüket a megosztott tartalom hiteltelenségére.

A hitelesség kérdése során azonban már megfigyelhetünk lényeges eltéréseket és összefüggéseket a válaszok között. A hitelességet többségben a társadalomtudományi kar hallgatói, valamint a bölcsészhallgatók fele ellenőrzi (*Melléklet, Táblázat 15*). A jogtudományi kar kitöltői közül csupán ketten állították ugyanezt, ami bizonyíthatja a fenti gyakori hírolvasás véletlenszerűségét, kiindulva a hipotézisből, hogy a tudatos hírolvasás hitelesség-ellenőrzést feltételez.

A négy kar kitöltői az oldal megbízhatóságának és a hír hitelességének összefüggésével nagy arányban egyetértettek. Összességében nézve a válaszok kisebb-nagyobb mértékben szóródtak az 1-es (egyáltalán nem ért egyet az állítással) és az 5-ös (teljes mértékig egyet ért az állítással) osztályzat között, a társadalomtudományi, valamint a pedagógusképző kar hallgatói adtak legrosszabb 'jegyként' hármast a kérdésre (*Melléklet, Táblázat 16*). Nem meglepő tehát, hogy a hitelesség mérvadóit közül hasonlóképpen emelkedik ki a portál, amely a hírt megosztotta, mindemellett pedig, a korábbiaknak megfelelően, a forrás, melyet a négy kar csaknem mindegyik kitöltője megjelölt (*Ábra 9*).

Ábra 9 - A portál és a forrás, mint a hitelesség mérvadó tényezőjének megítélése kari bontásban, N=22



A kattintásvadász weboldalakat döntően mindegyik elemzett kar hallgatója ismeri, ugyanakkor a TTIK hallgatói nagyobb arányban olvastak már cikket ilyen portálokon (*Melléklet, Táblázat 17.*). A joghallgatókat leszámítva, akik inkább a címet jelölték, a kitöltők többsége a témát adta meg mint meghatározó tényező abban, hogy rákattintanak-e a posztra vagy sem.

4. Összegzés

Az utóbbi években megjelent kattintásvadász weboldalak hitelességükben igencsak megkérdőjelezhető híreket, információkat kínálnak a felhasználóknak. A civil tartalomelőállítók, akik a Web 2.0 megjelenésével többé-kevésbé korlátlan hatalmat kaptak a világhálón, ellenőrizetlenül hoznak létre és osztanak meg híreket, melynek következményeként egy információs tenger jött létre az interneten; egyre több információ kering, a legtöbb különböző szerzőtől, más-más portál megosztásában, ezért sokkal nehezebb szűrni közöttük, és még nehezebb megtalálni a megbízható forrásból származó információkat. Az álhíreket pedig napjainkban már nem csupán a kattintásvadász oldalak osztják meg, hanem ismert média-orgánumok is, ami sok esetben nagyban befolyásolja a tömegek kulturális, szociális és politikai véleményét, ideológiáját és cselekedeteit.

A kutatás során az volt a hipotézisem, hogy a szegedi egyetemisták tudnak szűrni az interneten olvasható hírek között, ismerik a különböző hitelesség-ellenőrző technikákat, tisztában vannak a kattintásvadász

weboldalak veszélyével és megfelelő módon tudják értelmezni, illetve szűrni az ilyen portálok tartalmát. A kutatás lezárásaként kijelenthetem, hogy hipotézisem igazolást nyert. A válaszadók többsége gyakori hírolvasó, aminek köszönhetően tapasztaltabbak az online információk szűrésében, ismerik a különböző hitelesség-ellenőrző módszereket, valamint jellemzően tudják, mit jelent a kattintásvadász weboldal és tisztában vannak azok kockázataival. Minél gyakrabban olvasnak híreket, annál fontosabbnak tartják leellenőrizni a hír hitelességét, viszont a kutatás nem adott és nem is adhat választ arra, hogy a különböző, a kérdőív során megjelölt ellenőrző módszereket a hétköznapiakban rendszeresen alkalmazzák-e?

Ugyanakkor a mintára nem jellemző a megosztás, a válaszadók mindössze egynegyede osztja meg az olvasott híreket, viszont ők nagy arányban le is ellenőrzik a hír hitelességét megosztás előtt. A megosztás pedig a hír érdekességének függvénye mint szubjektíven megítélt tényező.

A hitelesség ellenőrzésével kapcsolatban a kitöltők leginkább más portálon, különböző hírportálon és a Google segítségével keresnek rá a hírre, hogy hitelességéről meggyőződjenek. Ők azok, akik a kattintásvadász oldalak sajátosságaival a leginkább tisztában vannak, és ezeket az oldalakat elsődlegesen inkább szórakozásként, semmint információ forrásként látogatják. A szimbolikus ellenszolgáltatásokat (a hír előzetes lájkolása, megosztása, személyes adatok megadása, regisztráció) a válaszadók jellemzően elutasítják, a hír előzetes lájkolását tartják a „legolcsóbb” ellenszolgáltatásnak a tartalom megtekintéséért. Megfigyelhető ugyanakkor az is, hogy a kattintásvadász oldalak jelenléte az online térben fontosabbá teszi a hitelesség ellenőrzést, ugyanis azok, akik tisztában vannak a fogalommal és/vagy találkoztak már ilyen oldalakkal, nagyobb arányban mutatnak hajlandóságot a hír ellenőrzésére.

Összességében tehát a mintába került egyetemisták döntő többségét tudatosság és felelősségtudat jellemezi, ennek ellenkezője inkább azokra igaz, akik ritkábban olvasnak online híreket, és kevésbé informáltak a kattintásvadász oldalakkal kapcsolatban. A jelenség komplexitása és egyre nagyobb jelentősége nem csak a médiatudományban, de a mediaszociológiában is lehetőséget kínál további kutatásokhoz. Ezen kutatás és elméletalkotás első fázisaként azt a célt tűzte ki maga elé, hogy a jelenséget a maga komplexitásában el tudja helyezni egy konceptuális térben, ezáltal lehetőséget adva további, mélyebb elemzéseknek, adatgyűjtésnek.

5. Irodalomjegyzék

- Balázs Géza – Szayly József – Szilágyi Árpád (2010): Újságírói alapismeretek kezdő és civil újságíróknak: sajtó, rádió, televízió, online média. Budapest: Diák- és Ifjúsági Újságírók Országos Egyesülete.
- Dessewffy Tibor (2004): *Bevezetés a jelenbe*. Budapest: Nemzeti Tankönyvkiadó.
- Kitta Gergely (2012): *Médiahasználat a magyar ifjúság körében*. In SZÉKELY Levente (szerk.): *Magyar ifjúság 2012*. Budapest: Magyar Közlöny Lap- és Könyvkiadó. pp 250-281.
- Kókay György – Buzinkay Géza – Murányi Gábor (2001): *A magyar sajtó története*. Budapest: Sajtóház Lap- és Könyvkiadó.
- Tófalvy Tamás (2001): Pizsomas bloggerek, hiteles újságírók: az újságírás határ-munkálatainak fogalmi alapjairól. *Szociológiai Szemle* 26 (1): pp 4-17.
- Tófalvy Tamás (2017): *A digitális jó és rossz születése*. Budapest: L'Harmattan Kft.
- Rab Árpád (2007): *Digitális kultúra – A digitalizált és a digitális platformon létrejött kultúra*. In PINTÉR Róbert (szerk.): *Az információs társadalom – az elmélettől a politikai gyakorlatig*. Budapest: Gondolat Kiadó. pp 182-200.

6. Felhasznált online források

- Az írott sajtó helyzete (2005). Magellán PR és Hírügynökség, 26. kiadás
<http://www.magellanpr.hu/index.php?inc=inc.hajonaplo.anyag.php&title=Haj%F3napl%F3+-+Az+%EDrott+sajt%F3+helyzete&azon=395> (utolsó letöltés: 2017. 12. 11.)
- Bodoky Tamás (2005): A hírportál, mint tömegmédiium.
http://www.mediakutato.hu/cikk/2005_02_nyar/05_hirportal (utolsó letöltés: 2017. 12. 13.)
- De keersmaecker, Jonas (2017): 'Fake News': *Incorrect, but hard to correct. The role of cognitive ability ont he impact of false information on social impressions*
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160289617301617#!> (utolsó letöltés: 2018.03.03.)
- Dr. Nagy Terézia (2013): *Hogyan írjunk újságot?*
http://www.partium.eu/_data/dl/ReporterPackageHU_textbook.pdf (utolsó letöltés: 2017. 12. 11.)
- Erdelyip: *A Facebook meg akarta állítani Trumpot, de aztán kifizetődőbb volt segíteni neki*. (utolsó letöltés: 2018.04.09.)

- Gottfried, Jeffrey – Shearer, Elisa (2016): *News Use Across Social Media Platforms*. <http://www.journalism.org/2016/05/26/news-use-across-social-media-platforms-2016/> (utolsó letöltés: 2018.03.31.)
- Hanula Zsolt (2016): *A Facebook elhülyíti az emberiséget* https://index.hu/tech/2016/06/01/a_facebook_elhulyiti_az_emberiseget/ (utolsó letöltés: 2018. 03. 24.)
- Kőműves Anita (2018): *Trump és a Brexit döbbsentette rá a világot, hogy az álhíreket fegyverként is lehet használni – intrjú Rebecca MacKinnonnal*. <https://atlatszo.hu/2018/02/09/trump-es-a-brexite-dobbsentette-ra-a-vilagot-hogy-az-alhireket-fegyverkent-is-lehet-hasznalni-interju-rebecca-mckinnonnal/> (utolsó letöltés: 2018.03.24.)
- Krajcsi Attila (2001): *Az internettel kapcsolatos régi problémák*. http://www.artefaktum.hu/ipis/krajcsi_inthatas.htm (utolsó letöltés: 2017. 12. 11.)
- Lessenski, Martin (2018): *Common Sense Wanted – Resilience to Post-truth and it's predictors in the new media literacy index 2018*. In: Open Society Institute Sofia: *Report, March*. http://osi.bg/downloads/File/2018/MediaLiteracyIndex2018_publishENG.pdf (utolsó letöltés: 2018.04.10.)
- Magyar Újságírók Országos Szövetsége: *Újságírók Etikai Kódexe*. <https://muosz.hu/kodexek/ujsgairoi-etikai-kodex/> (utolsó letöltés: 2018.04.09.)
- Oxford Dictionary. <https://en.oxforddictionaries.com/definition/clickbait> (utolsó letöltés: 2018.04.09.)
- Prensky, Marc (2001): *Digital Natives, Digital Immigrants*. <https://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf> (utolsó letöltés: 2018. 02. 28.)

Melléklet

M1 Táblázat - Nem eloszlása

		Elemsszám	%
Nem	nő	66	65
	férfi	36	35
	Összes	102	100

M2 Táblázat - Kari eloszlás

		Elemszám	%
Kar	ÁJTK	6	6
	ÁOK	1	1
	BTK	41	40
	ETSZK	3	3
	GTK	3	3
	JGYPK	16	16
	MK	1	1
	TTIK	22	21
	SZTE tanárképző központ	2	2
	nem válaszolt	7	7
	Összesen	102	100

M3 Táblázat - Évfolyam eloszlás

		Elemszám	%
Évfolyam	1-3/alapképzés	71	70
	4-5/mesterképzés	26	25
	Doktori képzés/phd	5	5
	Összesen	102	100

M4 Táblázat - A kattintásvadász weboldalak ismerete

	Gyakoriság	%
igen	85	83
nem	17	17
Összes	102	100

M5 Táblázat - Tényezők, melyek befolyásolják, hogy elolvassák-e a kattintásvadász cikkeket

	Gyakoriság	%
A cím	11	11
A téma	29	28
A webhely, amely megosztotta	9	9
Összes	49	48

M6 Táblázat - Korreláció

		Milyen sűrűn olvas híreket az interneten?	Szokta-e ellenőrizni egy hír hitelességét?
Milyen sűrűn olvas híreket az interneten?	Pearson Korreláció	1	.214
	Szig.		.031
	N	102	102
Szokta-e ellenőrizni egy hír hitelességét?	Pearson Korreláció	.214	1
	Szig.	.031	
	N	102	102

M7 Táblázat - Chí-négyzet próba

	Érték	Szabadságfok	Szig.
Pearson Chi-Square	5.194	2	.075
Likelihood Ratio	6.737	2	.034
Linear-by-Linear Association	4.153	1	.042
N of Valid Cases	99		

M8 Táblázat - Megosztások rendszeressége a hírolvasás gyakoriságának tükrében

		Meg szokta-e osztani azokat a híreket, melyeket egy-egy hírpor- tálon olvas?			Összes
		Igen, gyakran	igen, néha	soha	
Hírolvasás gyakorisága	Naponta akár többször is	1	20	54	75
		1%	27%	72%	100%
	Hetente akár többször is	0	3	17	20
		0%	15%	85%	100%
	Ritkábban, mint hetente	0	0	4	4
		0%	0%	100%	100%
Összes		1	23	75	99
		1%	23%	76%	100%

M9 Táblázat - "Előfordult-e már Önnel, hogy olyan oldal hírét/cikkét akarta elolvasni, vagy videóját megtekinteni, amely portál regisztrációt, személyes adatokat vagy előzetes megosztást, kedvelést kért tartalmának megtekintéséért?"

	Gyakoriság	%
igen	65	64
nem	37	36
Összes	102	100

M10 Táblázat – Kattintásvadász cikkek olvasása nemi eloszlásban

		Olvasott-e már olyan cikket, melyek kattintásvadász weboldalon jelentek meg?		Összes
		igen	nem	
Az Ön neme:	nő	30	21	51
		59%	41%	100.0%
	férfi	22	10	32
		69%	31%	100.0%
Összes		52	31	83
		63%	37%	100.0%

M11 Táblázat - Hírmegosztási szokások és a kattintásvadász oldalak ismeretének összefüggése

		Osztott-e már meg olyan hírt vagy cikket, melynek hitelességéről nem győződött meg?		Összes
		Igen, előfordult már	Nem	
Tudja-e mik a kattintásvadász weboldalak?	igen	5	17	22
		22%	78%	100%
	nem	2	2	4
		50%	50%	100%
Összes		7	19	26
		27%	73%	100%

M12 Táblázat - Hírolvasási szokások a Facebookon évfolyam bontásban

		A Facebookon milyen tevékenységet folytat legsűrűbben: Hírek olvasása, megosztása		Összes
		nem	igen	
Hányad éves?	1-3/alapképzés	25	46	71
		35%	65%	100%
	4-5/mesterképzés	7	19	26
		27%	73%	100%
	Doktori képzés/phd	1	4	5
		20%	80%	100%
Összes		33	69	102
		32%	68%	100%

M13 Táblázat - Hitelesség-ellenőrzés évfolyam szerint

		Szokta-e ellenőrizni egy hír hitelességét?		Összes
		igen	nem	
Hányad éves?	1-3/alapképzés	32	39	71
		45%	55%	100%
	4-5/mesterképzés	17	9	26
		65%	35%	100%
	Doktori képzés/phd	3	2	5
		60%	40%	100%
Összes		52	50	102
		51%	49%	100%

M14 Táblázat - Kattintás domináns tényezője évfolyam szerint

		A kattintásvadász weboldalak esetében a következők közül mely tényező határozza meg leginkább, hogy elolvassa-e az adott cikket vagy nem?			Összes
		A cím	A téma	A webhely, amely megosztotta	
Hányad éves?	1-3/alapképzés	7	20	7	34
		21%	59%	20%	100%
	4-5/mesterképzés	2	9	2	13
		16%	69%	15%	100%
	Doktori képzés/phd	2	0	0	2
		100%	0%	0%	100%
Összes		11	29	9	49
		22%	60%	18%	100%

M15 Táblázat - Hitelesség-ellenőrzés kari eloszlás szerint

		Szokta-e ellenőrizni egy hír hitelességét?		Összes
		igen	nem	
Kar	ÁJTK	2	4	6
		33%	67%	100%
	BTK	20	21	41
		49%	51%	100%
	JGYPK	6	10	16
		38%	62%	100%
	TTIK	13	9	22
		59%	41%	100%
Összes	47	45	92	
	51%	49%	100%	

M16 Táblázat - A hitelesség és megbízhatóság összefüggésének megítélése kari bontásban

		Egyetért-e Ön azzal az állítással, hogy egy hír hitelessége azon múlik, hogy az oldal, amely megosztotta, megbízható-e?					Összes
		1	2	3	4	5	
Kar	ÁJTK	1	0	0	2	3	6
		17%	0%	0%	33%	50%	100%
	BTK	2	3	8	18	10	41
		5%	7%	20%	44%	24%	100%
	JGYPK	0	0	4	10	2	16
		0%	0%	25%	62%	13%	100%
	TTIK	0	0	3	14	5	22
		0%	0%	14%	63%	23%	100%
Összes	3	5	15	47	22	92	
	3%	5%	17%	51%	24%	100%	

M17 Táblázat – Kattintásvadász cikkek olvasása egyetemi karok szerint

		Olvasott-e már olyan cikket, melyek kattintásvadász weboldalon jelentek meg?		Összes
		igen	nem	
Kar	ÁJTK	3	1	4
		75%	25%	100%
	BTK	20	11	31
		65%	35%	100.0%
	JGYPK	7	6	13
		54%	46%	100%
	TTIK	17	3	20
		85%	15%	100%
Összes	47	21	68	
	69%	31%	100%	

M1 Ábra - A hír hitelességének kritériumai évfolyamok szerint, N=47

